

Personalentwicklung Online - The Big Fives

Seibold, Sven; Linssen, Ruth; Flügel, Steffen; Noor, Jonathan

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Seibold, S., Linssen, R., Flügel, S., & Noor, J. (2020). *Personalentwicklung Online - The Big Fives*. (Personalpsychologie, 8). Hannover: Hochschule Hannover, Fakultät IV Wirtschaft und Informatik, Abt. Betriebswirtschaft. <https://doi.org/10.25968/opus-1737>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Personalpsychologie

Band 8

Personalentwicklung Online – The Big Fives

Sven Seibold

Ruth Linssen

Steffen Flügel

Jonathan Noor

2020

Zusammenfassung

Am Beispiel des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit aus der Psychologie (Big 5) wird exemplarisch gezeigt, wie komplexe Lerninhalte adäquat für eine Onlinevermittlung aufbereitet werden können und wie man zugleich die Lernmotivation der Teilnehmenden erhöhen kann. Hierfür wurde eine bestehende Lerneinheit mit Präsenzvermittlung im Umfang von einem halben Tag in ein Onlineformat übertragen. Der Kern des Onlineformats beinhaltet sechs Lernvideos, bestehend aus einem Videofilm zum Modellüberblick und je einem Videofilm für jeden der fünf Faktoren des Modells. In den Videofilmen agieren die fünf Mitglieder einer Rockband sowie ein Erzähler aus dem Off. Jedes Bandmitglied steht prototypisch für einen der fünf Faktoren des Modells. Die Darstellung der fünf Bandmitglieder und deren Interaktion werden als Grundlage genutzt, um die Anwendung des Fünf-Faktoren-Modells zu üben. Dieser Text ist eine deutlich erweiterte Version eines in der Zeitschrift Die Neue Hochschule (DNH) in veröffentlichten Artikels (Seibold, Linssen, Flügel, Noor, 2020).

Seibold, Sven; Linssen, Ruth; Flügel, Steffen; Noor, Jonathan
Personalentwicklung Online – The Big Fives. – Hannover: Hochschule Hannover, 2020
(Personalpsychologie; Band 8).
ISSN: 2199-9759

Weitere Schriften aus der Reihe *Personalpsychologie* finden Sie unter:

<http://serwiss.bib.hs-hannover.de/solrsearch/index/search/searchtype/series/id/7>

Die Schriftenreihe *Personalpsychologie* enthält Schriften zu Personaldiagnostik, Personalentwicklung und Personalführung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; *detaillierte bibliografische Daten* sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

Impressum

Herausgegeben von Sven Seibold und Frank Heber,
Professur für Wirtschaftspsychologie
c/o Hochschule Hannover, Fakultät IV - Abteilung Betriebswirtschaft
Ricklinger Stadtweg 118/120
30459 Hannover



Dieses Dokument ist lizenziert unter der Lizenz
Creative Commons Namensnennung 4.0 (CC BY 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Inhalt

1	Einleitung	4
2	Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit	7
3	Präsenz zu Online – wie das auch bei komplexen Inhalten gelingt	10
3.1	Kurzvideos	10
3.2	The Big Fives – eine ganz normale Rockband	12
3.3	Kostprobe zu Interaktionen	19
4	Diskussion	22
5	Literatur	23

1 Einleitung

Deutschland im April des Jahres 2020, das COVID-19-Virus legt das öffentliche Leben lahm. Spätestens seit der COVID-19-Zäsur dürfte die Wichtigkeit onlinebasierter Formate in der Personalentwicklung selbst für hartnäckige Gegner nicht mehr zu leugnen sein – jedenfalls nicht aus rationalen Gründen. Auch Unternehmen und Anbieter, die bislang Personalentwicklung nahezu ausschließlich in Präsenzformaten angeboten hatten, waren gezwungen, Inhalte online zu vermitteln oder Personalentwicklung für mehrere Monate ausfallen zu lassen. Die COVID-19-Zäsur war zugleich ein Anlass, sich mit der Digitalisierung von Inhalten intensiver auseinander zu setzen als es ansonsten in solch kurzer Zeit geschehen wäre. Die Zeit war wegen der rasanten Entwicklung der Einschränkungen knapp. Notgedrungen wurde in vielen Fällen recht pragmatisch vorgegangen und Präsenzformate wurden mehr oder weniger unverändert auf Online-Formate übertragen – Hauptsache, die Angebote liefen irgendwie weiter. Das war angesichts der besonderen Situation nicht nur nachvollziehbar, sondern wurde unserer Erfahrung nach auch weitgehend von Teilnehmenden akzeptiert – viele waren froh, dass es überhaupt ein Angebot gab und freuten sich über jede Abwechslung in der kontaktarmen Zeit im Frühjahr 2020. Das Anspruchsniveau dürfte in Zukunft aber steigen, denn das bloße Angebot von Onlineformaten an sich macht Teilnehmende nicht zufrieden, siehe hierzu beispielsweise van Alten et al. (2019).

Auf Dauer muss man mehr tun als Präsenzformate irgendwie in ein Onlineformat zu übertragen. Wie Speidel (2019, 6) in einem Text über die zukünftige Ausrichtung von Personalentwicklung schreibt, ist von einer „Förderung von selbstgesteuertem Lernen über mobile Learning-Anwendungen, digitale Lernplattformen und Social Media“ auszugehen. Speidel (2019) hat das vor der COVID-19-Zäsur geschrieben, inzwischen dürfte diese von Speidel beschriebene Entwicklung an Tempo zugelegt haben. Personalentwicklung wird personalisierter und das Angebot wird asynchroner werden – so können alle Teilnehmenden zu frei gewählten Zeiten in einem individuell gesteuerten Lerntempo Wissen erwerben und Kompetenzen erweitern. Die COVID-19-Zäsur hat keinen neuen Trend geschaffen, sondern lediglich einen bestehenden Trend verstärkt. Unternehmen müssen sich nach Lippe-Heinrich (2019) der ständigen Veränderung von Märkten anpassen, mit entsprechenden Folgen für die Arbeitnehmer, die sich permanent fortbilden müssen, um Schritt halten zu können. Der auf Unternehmen und Arbeitnehmer wirkende Veränderungsdruck hat sich durch COVID-19 noch verstärkt.

Nach Lippe-Heinrich (2019, 48) unterliegen viele Mitarbeiter hinsichtlich „Flexibilität, Agilität und Kreativität (räumlich, zeitlich, inhaltlich)“ ständig wechselnden Anforderungen. Das gilt sowohl für die eigene Karriereplanung wie auch für den betrieblichen Alltag. Zugleich wird lebenslanges Lernen nötig, um mit den Veränderungen Schritt halten zu können. Lebenslanges Lernen beinhaltet nach Lippe-Heinrich (2019, 119) „die Notwendigkeit und die Fähigkeit, sich ständig und lebenslang weiterzubilden, das einmal Gelernte mental zu durchdringen und reflektieren zu können sowie eigenständige Problemlösungsstrategien zu entwickeln, wie auch situativ und funktional angepasste Lösungsansätze.“ Auf der einen Seite wächst also der Druck ständig zu lernen und auf der anderen Seite passen viele klassische Präsenzformate aus der Personalentwicklung nicht mehr so recht zur Arbeits- und Lebenswirklichkeit der Zielgruppe.

Letztlich wird sich Personalentwicklung der Dynamisierung der Arbeitswelt und damit den Themen Flexibilität und Agilität nicht entziehen können. Damit steht auch das klassische Präsenzformat der Personalentwicklung, das mehrtätige Seminar, auf dem Prüfstand. Wie Speidel (2019, 10) darstellt, könnte die Zukunft der Personalentwicklung hinsichtlich Lerninhalten aus kurzen „Lernnuggets“ bestehen, letztlich deshalb, weil solche Formate besser in den Arbeitsalltag integrierbar und einfacher mit privaten Verpflichtungen vereinbar sind. Das nachfolgend vorgestellte Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit ist ein solches „Lernnugget“.

Der Bedarf an Personalentwicklungsmaßnahmen wird hoch bleiben, weil die hinter diesem Bedarf stehenden Ursachen fortauern. Hier ein Auszug aus dem Vorwort der dritten Auflage des *Handbuch Personalentwicklung* von Bröckermann/Müller-Vorbrüggen (2010): Probleme

des schulischen Bildungssystems, technologischer und gesellschaftlicher Wandel, Umstrukturierungen und Fusionen, Globalisierung mit steigendem Konkurrenzdruck und so weiter. Alle diese Herausforderungen beschrieben Bröckermann/Müller-Vorbrüggen bereits vor 10 Jahren. Haben Sie den Eindruck, die Lage hätte sich seitdem entspannt? Sind die heutigen Berufs- sowie Studienanfänger und Studienanfängerinnen besser geworden? Hat sich der technologische und gesellschaftliche Wandel verlangsamt? Hat Deutschland den technologischen Rückstand in Zukunftsbranchen gegenüber den USA und China verringert? Wohl eher nicht. Der Bedarf für Personalentwicklung ist nach wie vor hoch und zugleich haben sich die Rahmenbedingungen durch die COVID-19-Zäsur drastisch verändert. Zwar wird die Pandemie irgendwann vorbei sein, solange können viele Maßnahmen der Personalentwicklung aber nicht warten. Deshalb ist die COVID-19-Pandemie auch eine Chance, die ohnehin anstehende Digitalisierung in der Personalentwicklung ebenso entschieden voranzutreiben wie die Geschäftsmodelle. Wir glauben nicht, dass die Onlineformate nach Abebben der Pandemie wieder vollständig auf den Stand vor der Pandemie reduziert werden. Selbst die hartnäckigsten Widerstandsnester gegen Digitalisierung, wie beispielsweise stark interaktionsorientierte Trainer und Trainerinnen, die hofften, sich mit ihrem Präsenzangebot in den Ruhestand retten zu können, mussten ihr Angebot digitalisieren oder waren in der COVID-19-Zeit ohne Auftrag. Nun ist es eine Sache, einen Veränderungsbedarf zu erkennen und eine andere Sache, angemessen darauf zu reagieren. In diesem Text stellen wir exemplarisch einen Weg der Umsetzung komplexer Inhalte aus einem Präsenzformat in ein Onlineformat vor.

In dem nachfolgend vorgestellten Beispiel geht es nicht um Maßnahmen der Personalentwicklung in der gesamten Breite, sondern spezifisch um ein Onlineformat zu einem komplexen Thema, das bislang in stark interaktionsorientierter Präsenzlehre vermittelt worden war. Nachfolgend wird beschrieben, wie wir eine Lerneinheit zum Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit in ein Onlineformat transformiert haben. Dieses Beispiel haben wir ausgewählt, weil wir für diese Lerneinheit am meisten Energie investieren mussten, um ein den Teilnehmenden zumutbares Onlineformat bieten zu können. Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit wirkt auf den ersten Blick einfach, ist aber tatsächlich komplex und muss eingeübt werden. Bei der Umstellung vom Präsenzformat auf ein Onlineformat haben wir unser Augenmerk auf folgende Aspekte gelegt:

- Onlineformate erfordern spezifische Vermittlungsformen, die auf das Lernen allein zu Hause oder für Formen des digitalen Austauschs wie beispielsweise Chats oder andere Onlinedienste abgestimmt sind. Statt eine Frage direkt mündlich zu stellen, kann man alle Teilnehmenden beispielsweise ausdrücklich auffordern, eine Frage in den Chat zu schreiben. Gerade introvertierte Teilnehmende beteiligen sich eher per Chat an einer Diskussion als mit einem mündlichen Beitrag in einem Präsenzformat.
- Onlineformate stellen höhere Anforderungen an die Konzentrationsfähigkeit und die Selbstdisziplin der Teilnehmenden als Präsenzformate. Die Lerneinheiten sollten daher kürzer und abwechslungsreicher sein als bei Präsenzformaten. Ansonsten wäre mit einer hohen Abbruchquote zu rechnen und folglich mit einem unbefriedigenden Lernresultat.
- Soziale Aspekte der Lehre wie Lernen von anderen Teilnehmenden, direkte Rückfragen, Erfahrungslernen und interaktive Methoden wie Verhaltensreflexion, Selbst- und Fremdwahrnehmung können bisher allenfalls teilweise online vermittelt werden. Soweit möglich haben wir solche Aspekte bei der Entwicklung des Onlineformats für das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit berücksichtigt.

Letztlich ist eine unveränderte Übertragung von Präsenzformaten und -methoden auf Onlineformate weder sinnvoll noch zielführend. Einfach einen Vortrag aufzunehmen und diesen Online zu stellen genügt den Ansprüchen der meisten Teilnehmenden nicht. Stattdessen ist es sinnvoll, an die Digitalisierung angepasste Onlineformate zu entwickeln (Löviscach, 2013), die auch langfristig erfolgreich eingesetzt werden können und die Teile von Präsenzformaten auf Dauer ersetzen können. So kann ein unterhaltsames und vielschichtiges Format, beispielsweise

mit versteckten Scherzen, neue Zugänge der Lernenden schaffen, welche zu aktiver Kommunikation über die Inhalte führen. Damit kann auch bei Onlineformaten dialogisches Lernen entstehen: Man tauscht sich über die Inhalte aus, sucht nach einem versteckten Scherz, den die anderen schon gefunden haben und schaut sich Lernvideos noch einmal an, beispielsweise um keinen der versteckten Scherze zu verpassen. Das ist an den Prinzipien der Unterhaltungsindustrie orientiert und mag auf den ersten Blick verwundern, dient aber dem Zweck: Lust auf eine Beschäftigung mit den Inhalten zu machen.

Abwechslungsreiche Onlineformate sind aufwändig und kosten Geld. Dieses Projekt wurde von der Abteilung Betriebswirtschaft der Hochschule Hannover gefördert. Ohne diese Hilfe hätten wir unsere Ideen nicht umsetzen können. Wir bedanken uns bei Prof. Dr. Dr. Daniel Wichelhaus, der in seiner Zeit als Studiendekan der Abteilung Betriebswirtschaft dieses Projekt auch inhaltlich sehr unterstützt hat.

Gehen wir gedanklich zurück in den April 2020. Nachdem wir uns, teils notgedrungen und teils neugierig, mit den Anforderungen von Onlineformaten zu Beginn der COVID-19-Zeit auseinandergesetzt hatten, war es an der Zeit sich zu fragen, welche Aspekte und Formate nicht nur in dieser Zeit, sondern auch nach einem Abklingen der COVID-19-Pandemie sinnvoll und gewinnbringend nutzbar sein könnten. Die Gestaltung von Onlineformaten wie in dem nachfolgend vorgestellten Beispiel ist schlicht zu aufwändig und für die Teilnehmenden zu gewinnbringend, um nach der Pandemie wieder komplett auf Präsenzformate zurückzufallen. Denn unabhängig von der COVID-19-Zäsur bieten bestimmte Onlineformate das Potenzial zum „adäquaten Umgang mit heterogenen Gruppen“ (Knaus/Valentin 2016, 156). Zudem kann man die Onlineelemente individuell wiederholen und so dem eigenen Lernbedarf und Lerntempo anpassen (Mertens et al., 2019). Wir vermuten, dass sich Onlinelehre gleichberechtigt als Format neben der Präsenzlehre etablieren wird, weil Onlinelehre spezifische Vorteile hat.

2 Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit

Digitale Lernformate (Onlineformate) sind bislang vor allem dann erfolgreich, wenn Lerninhalte eher linear und nicht zu interaktiv sind, wenn es um die Vermittlung von Vorgehensweisen oder Prozessen geht, wie beispielsweise in Erklärvideos zu Haushaltsgeräten, wenn einfache oder eher technische Kompetenzen eingeübt werden sollen, wenn eher Reproduktions- als Transferanforderungen gestellt werden und wenn der Grad an notwendigem Austausch stark gesteuert und asynchron möglich ist (Buchner et al., 2018; Knaus/Valentin, 2016). Deshalb gibt es schon länger gute Onlineformate zum Lernen von Programmen wie Word und auch zu einfachen Inhalten wie beispielsweise den mathematischen Grundlagen für die Betriebswirtschaft.

Solche einfachen digitalen Lernformate, die man zu Hause und in individuellem Lerntempo rezipieren kann, dürften dementsprechend auf Dauer eine sinnvolle Ergänzung zu Präsenzformaten sein, die sich zudem mit vergleichsweise wenig Aufwand umsetzen lassen. Einzig auf die Zeitspanne sollte bei digitalen Formaten besonders geachtet werden. Man sollte sich eher kürzer halten und einzelne Einheiten nicht länger als 20 Minuten gestalten. Man kann sich an den Videolängen erfolgreicher YouTube-Kanäle orientieren, die im Zweifel eher kurz sind. Entsprechend sollte man im Vergleich zu Präsenzformaten die Inhalte aufteilen oder kürzen. Solche in unseren Augen eher technischen Anpassungen bei der Transformation von Präsenzformaten zu Onlineformaten sind ohne große Mühe umsetzbar. Schwieriger ist es hingegen, komplexe Inhalte aus Präsenzformaten, deren Anwendung oder Transfer interaktiv eingeübt wird, als Onlineformat erfolgreich zu gestalten. Solche schwer in ein Onlineformat zu integrierende Inhalte zeichnen sich eher aus durch:

- eine hohe Komplexität,
- einen hohen Abstraktionsgrad,
- Diskursivität und Widersprüchlichkeit von Inhalten, weil es beispielsweise nicht nur eine Theorie oder ein einziges Modell gibt, sondern mehrere nebeneinander, die es zu reflektieren und zwischen denen es zu entscheiden gilt,
- den Transfer von Theorie in Praxis als zentrale Anforderung (Csanyi/Reichl/Steiner, 2012).

Aspekte wie diese werden bei einer unveränderten Übertragung von Präsenzformaten in digitale Formate häufig nur unzureichend abgebildet, da es oft an der Erfahrung, Geld sowie an didaktischen Modellen fehlt, komplexe Inhalte und soziale Interaktionen digital verlustfrei umzusetzen. Dementsprechend sind die Lernresultate beim Einsatz digitaler Formate für viele Inhalte, die in kleinen Gruppenveranstaltungen gut vermittelt werden können, unbefriedigend (van Alten et al., 2019).

Ein unserer Einschätzung nach vertretbares Beispiel für eine Transformation von komplexen Inhalten eines Präsenzformats in ein Onlineformat ist das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit. Das Fünf-Faktoren-Modell ist ein Standardmodell aus der Persönlichkeitspsychologie. Anhand dieses Beispiels wird nachfolgend die Transformation eines klassischen Präsenzformats auf ein Onlineformat vorgestellt. Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit hat ein breites Spektrum an Anwendungsmöglichkeiten und es ist komplex. Durch die teils der Alltagssprache entlehnten Begrifflichkeiten suggeriert das Modell bei Zuhörern allerdings mitunter eine trügerische Einfachheit. Daher sollte die Komplexität umfänglich vermittelt und mögliche sprachliche Missverständnisse ausgeräumt werden. Der Lehrinhalt ist nicht nur für die Hochschullehre, sondern auch für Weiterbildungsseminare der Personalentwicklung relevant und kann auch dort eingesetzt werden – wir setzen das Modell beispielsweise regelmäßig in Führungskräftebildungen ein. Insofern kann das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit als Muster für ein Onlineformat in der Personalentwicklung dienen, das inhaltlich komplex ist und bei dem es um das interaktive Einüben und den Transfer eines theoretischen Modells in die Praxis geht.

Nach Neyer/Asendorpf (2018, 2) ist Persönlichkeit durch die individuellen Besonderheiten und Regelmäßigkeiten des Verhaltens und Erlebens gekennzeichnet. Zur Struktur von Persönlichkeit gibt es viele Vorschläge, hier geht es um das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit. Nach dem Fünf-Faktoren-Modell lässt sich die Beschreibung der Persönlichkeit von Menschen auf 5 Faktoren (Borkenau/Ostendorf, 2008, 10, 40–41) konzentrieren. Dargestellt sind im Folgenden stichpunktartig die beiden inhaltlichen Enden der 5 Faktoren:

- emotionale Stabilität – emotionale Instabilität (emotionale Instabilität wird auch Neurotizismus genannt)
- Extraversion – Introversion
- hohe Verträglichkeit – geringe Verträglichkeit
- hohe Gewissenhaftigkeit – geringe Gewissenhaftigkeit
- hohe Offenheit für Erfahrungen – geringe Offenheit für Erfahrungen.

Das Fünf-Faktoren-Modell hat sich in der psychologischen Forschung und Praxis weitgehend durchgesetzt. Das Modell ist sowohl sparsam, es werden nur 5 Faktoren benötigt, wie auch erklärungsstark, denn man kann mit den 5 Faktoren viele Unterschiede im Verhalten von Menschen erklären und vorhersagen. Die 5 Faktoren sind Konstrukte und erfassen den Normalbereich von Persönlichkeit – Persönlichkeitsstörungen sind nicht Teil des Modells. Jeder Faktor besteht aus weiteren Unterteilungen, den sogenannten Facetten. Die Facetten sind noch nicht so umfassend empirisch abgesichert wie die Faktoren des Modells, erleichtern aber die Erklärung von Unterschieden zwischen Menschen. In Tabelle 1 werden die Faktoren und Facetten des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit dargestellt. Dabei wird zu jedem Faktor nur eines der beiden Enden benannt: starke emotionale Instabilität, starke Extraversion, hohe Verträglichkeit, hohe Gewissenhaftigkeit und starke Offenheit für Erfahrungen.

Tabelle 1: Die 5 Faktoren (*kursiv* und **fett**) und 30 Facetten des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit (Ostendorf/Angleitner, 2004, 11).

<i>Emotionale Instabilität</i>	<i>Extraversion</i>	<i>Verträglichkeit</i>	<i>Gewissenhaftigkeit</i>	<i>Offenheit für Erfahrungen</i>
Ängstlichkeit	Herzlichkeit	Vertrauen	Kompetenz	Fantasie
Reizbarkeit	Geselligkeit	Freimütigkeit	Ordnungsliebe	Ästhetik
Depression	Aktivität	Altruismus	Pflichtbewusstsein	Gefühle
Soziale Befangenheit	Durchsetzungsfähigkeit	Entgegenkommen	Leistungsstreben	Handlungen
Impulsivität	Erlebnishunger	Bescheidenheit	Selbstdisziplin	Ideen
Verletzlichkeit	Frohsinn	Großherzigkeit	Besonnenheit	Werte/Normen

Die Facette *Depression* meint die Tendenz, sich durch Rückschläge entmutigen zu lassen (Lord, 2007). Die Bezeichnung dieser Facette ist wie auch die Bezeichnung anderer Facetten missverständlich, weil man umgangssprachlich mit Depression eine psychische Störung bezeichnet. Personen mit einer hohen Ausprägung in *Depression* werden als „bedrückt, entmutigt, ..., schwarzseherisch, selbstzweiflerisch“ beschrieben (Ostendorf/Angleitner, 2004, 34). Personen mit hohen Werten fehlt oft die Motivation, sich nach Rückschlägen weiter anzustrengen, um ein Ziel zu erreichen. Das ist allerdings noch kein klinisch-psychologisches Krankheitsbild wie die affektiven Störungen, die umgangssprachlich oft als Depression bezeichnet werden. Für detaillierte Ausführungen zum Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit siehe Litzcke/Heber (2017). Bei einer Vermittlung des Modells müssen Stolpersteine dieser Art, die Facette *Depression* meint nicht das Krankheitsbild einer Depression, ausgeräumt werden.

Es gibt noch weitere Stolpersteine. Es interessieren sich beispielsweise Menschen mit starker Ausprägung in der Facette *Herzlichkeit* eher für Eins-zu-Eins-Beziehungen und investieren viel

Energie, um persönliche Beziehungen aufzubauen. Herzliche Menschen können leicht persönliche Beziehungen aufbauen, weil sie anderen das Gefühl geben, viel Aufmerksamkeit und Wertschätzung zu erfahren (Lord, 2007). Vorsicht: Mit dieser Facette ist keine Aussage zu Hilfsbereitschaft, Liebenswürdigkeit oder Mitgefühl verbunden (Lord, 2007). Nachdem die einzelnen Faktoren und Facetten verstanden worden sind, muss man die nächste Hürde überwinden – die Wechselwirkungen der Faktoren und Facetten erfassen. Es kann beispielsweise eine starke *Ordnungsliebe* bei zugleich geringer *Verträglichkeit* dazu führen, dass man zu Besuch bei einer Freundin schon einmal ungefragt deren Kühlschrank neu ordnet und abgelaufene Lebensmittel wegwirft, ohne die Freundin vorher zu fragen. Bei *starker Ordnungsliebe* und *hoher Verträglichkeit* würde es einen zwar in den Fingern jucken den Kühlschrank aufzuräumen, aber um der Freundschaft willen würde man mit dem furchtbar unordentlichen Kühlschrank der Freundin leben. Bei *geringer Ordnungsliebe* würde einen der Kühlschrank nicht stören, vermutlich würde man das Durcheinander im Kühlschrank ganz normal finden – es ist eben wie zuhause. In diesem Beispiel wurde eine Facette (*Ordnungsliebe*) und ein Faktor (*Verträglichkeit*) variiert und man erkennt, wie viele Varianten sich eröffnen, wenn man alle 5 Faktoren und dazu noch die 30 Facetten berücksichtigt.

Ausgangspunkt für die Umstellung auf das Onlineformat war ein Präsenzformat, welches mit einer Kurzvorstellung des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit mit seinen 5 Faktoren und 30 Facetten als PowerPoint-Präsentation startete. In dem Präsenzformat wurde zu Beginn beispielsweise auf mögliche Missverständnisse des Modells, etwa die unterschiedliche Bedeutung von Begriffen in der Fachsprache im Vergleich zur Umgangssprache hingewiesen. Als praktische Anwendung folgte der Bezug des Modells auf konkrete Personen des öffentlichen Lebens im direkten Diskurs mit den Teilnehmenden untereinander. Auch dabei wurde auf zahlreiche Fehlermöglichkeiten aufmerksam gemacht, wie beispielsweise das Verwechseln von Rollenverhalten mit für eine Person typischem Verhalten oder den Halo-Effekt, einer vorschnellen Bewertung eines Menschen nur aufgrund eines einzigen hervorstechenden Merkmals. Die Teilnehmenden konnten anhand der Beispiele die Anwendung des Modells unmittelbar miteinander diskutieren und aus Fehlern direkt lernen. Hierbei waren informelle Nebengespräche und der Austausch in Flüstergruppen wichtige Bestandteile der didaktischen Umsetzung. Auch die anschließende Selbsteinschätzung mit Austausch in Kleingruppen profitierte von der Unmittelbarkeit des Präsenzformates und den vielfachen informellen Rückmeldungen zwischen den Teilnehmenden. Dabei kamen regelmäßig Nachfragen auf, weil bei der Anwendung des Fünf-Faktoren-Modells jede Facette bewertet werden musste und viele Teilnehmenden dabei feststellten, dass sie noch ein unscharfes Begriffsverständnis mancher Facetten hatten. Ein weiterer Abschnitt Theorie half beim Klären dieser Fragen, im Anschluss wurden offen gebliebene Fragen im Plenum besprochen. Zudem wurde Textmaterial (Litzcke/Heber, 2017) zum Modell zur Verfügung gestellt. Schließlich wurden bei einzelnen Personen bestimmte Facetten auf einem Flipchart fiktiv verändert, um zu zeigen, wie die Persönlichkeit schon bei geringen Änderungen in einer Facette nach außen eine ganz andere Wirkung entfalten kann. Man kann mit rund einem halben Tag Aufwand für die Vermittlung des Modells im Präsenzformat rechnen. Das Präsenzformat wurde sowohl bei Managerinnen und Managern wie auch im Hochschulbereich seit vielen Jahren eingesetzt und sehr gut evaluiert. Die Verschiebung dieses interaktiven Präsenzformats in ein Onlineformat erschien im Vergleich zu anderen Inhalten besonders herausfordernd.

3 Präsenz zu Online – wie das auch bei komplexen Inhalten gelingt

Das bestehende Präsenzformat zum Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit wurde für die digitale Lehre neu konzipiert. Dabei wurden reine Vortragssequenzen vermieden, vielmehr sollten die Teilnehmenden ähnlich wie im Präsenzformat, die Möglichkeit zur kritischen Reflexion des Modells durch Austausch und durch Anwendung des Modells erhalten. Gleichzeitig sollte die Komplexität des Modells angemessen vermittelt werden und eine zu starke Vereinfachung, etwa durch die Reduktion nur auf die Faktoren und eine Vernachlässigung der detaillierteren Facetten vermieden werden. Die kürzere Konzentrationszeit bei digitaler Vermittlung sollte ebenso Berücksichtigung finden wie digitale Austauschmöglichkeiten per Chat, in Foren oder durch Videokonferenzen (Csanyi/Reichl/Steiner, 2012). Im Ergebnis wurde ein Mix aus verschiedenen Medien und Arbeitsmethoden konzipiert: Es wurden als Kernelemente zunächst sechs Videofilme produziert – ein Video zur Einführung in das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit und je ein Video für jeden der 5 Faktoren des Modells. Zur Verdeutlichung der Komplexität des Modells und zur Motivation zum Austausch und zum Selbstlernen werden ergänzend verschiedene andere Elemente eingesetzt, wie etwa Podcasts, Selbstlernaufgaben und Kleingruppenarbeit in Videomeetings oder Foren. Mittels dieser verschiedenen Elemente kann auf spezielle und vertiefende Aspekte eingegangen werden. Die Videokonzeption wird nachfolgend im Text dargestellt. Auf dem YouTube-Kanal der Hochschule Hannover, in der Playlist *Persönlichkeitspsychologie*, sind die sechs Videofilme kostenfrei ab Dezember 2020 verfügbar. Der nachfolgende Text ist leichter verständlich, wenn Sie sich die sechs Videofilme vor dem Weiterlesen kurz ansehen. Geben Sie dazu auf YouTube *Hochschule Hannover* ein und wählen Sie die Playlist *Persönlichkeitspsychologie* aus.

Die Videofilme wurden in Kooperation mit Philosophilm aus Hannover produziert, um nicht nur in der Gestaltung den anspruchsvollen Sehgewohnheiten der Rezipienten zu entsprechen, sondern gleichzeitig einladend zu wirken sowie die Inhalte der sechs Videofilme im Sinne einer kohärenten Geschichte zu verbinden sowie entsprechend aufzubereiten und nicht nur Fakten aneinanderzureihen. Das ist unserer Erfahrung nach mit Hausmitteln und Versuch-Irrtum-Lernen nicht in überzeugender Qualität möglich. Die sechs Videofilme sollen zu einer erweiterten Auseinandersetzung mit dem Fünf-Faktoren-Modell anregen und zum Selbstlernen motivieren. Das ist ein wichtiger Effekt für viele, die zum ersten Mal mit einem Onlineformat beim Lernen ohne Gruppengefühl konfrontiert sind. Die Drehbücher für die Videofilme wurden von den Autoren dieses Textes gemeinsam erarbeitet. Steffen Flügel und Jonathan Noor von Philosophilm übernahmen die Umsetzung der Videofilme und entwickelten eine Bildersprache – beispielsweise eine gezeichnete Person pro Faktor des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit (siehe Abschnitt 3.2 *The Big Fives – eine ganz normale Rockband*) und je ein Symbol für jeden der Faktoren des Modells. Im Folgenden werden die Videofilme als zentrales Element mit Möglichkeiten zum Anschluss von Aufgaben und Selbstlernaufgaben in variierbaren Schwierigkeitsgraden vorgestellt.

3.1 Kurzvideofilme

Das Modell wird in insgesamt sechs Videofilmen in der Länge von je circa fünf Minuten erklärt. Der erste Film stellt dabei den Einstieg in das Thema dar, während die folgenden fünf Filme sich jeweils einem Faktor des Modells widmen. Die Detailtiefe und speziell die Komplexität der Inhalte steigt dabei von Film zu Film leicht an, weil schrittweise mehr Faktoren hinzukommen und Facetten innerhalb eines Faktors ergänzt werden. Wie beim Präsenzformat werden die Videofilme durch Textmaterialien zum Modell unterfüttert (Litzcke/Heber, 2017), in denen der wissenschaftliche Sachstand zusammengefasst wird. Um vor möglichen Missverständnissen zu warnen, spielen die Videofilme mit der Erwartungshaltung der Rezipienten. Wann immer sich ein verkürztes Verständnis einstellen könnte, greift das Video ein Beispiel heraus, welches illustriert, warum möglicherweise zu einfach gedacht wurde. Der erzählerische Blick wechselt

also stetig zwischen Verallgemeinerung und Spezifizierung, bis in der Kombination aus Erklärungen und Beispielen ein umfassendes Bild von der Komplexität des Modells entstanden ist. Gleichzeitig werden bewusst Leerstellen gelassen, um die Rezipienten zum Mitdenken und eigenständigen Weiterlesen zu ermuntern. Damit die Videofilme Teilnehmenden mit unterschiedlichen Wissens- und Lernvoraussetzungen den Einstieg in die Materie erleichtern, müssen mitunter sehr einprägsame und zugespitzte Visualisierungsbeispiele gewählt werden. Diese Visualisierungsbeispiele müssen wegen der Kürze der Videofilme möglichst voraussetzungsfrei sein, ein hohes Abstraktionsniveau haben und zugleich eine spezifische Einprägsamkeit aufweisen. Nur so hilft das jeweilige Beispiel dabei, einen Sachverhalt schneller zu verstehen und zugleich Transfer und Anwendung des Modells anzuregen. Das Kernproblem ist die Balance zwischen Abstraktion und Kürze der Darstellung (Wolf, 2015). Vorsicht: Die Videofilme alleine genügen zur Vermittlung des Modells nicht! Bei einem guten Lehrvideo geht es nicht um eine abschließende Erklärung eines Modells, sondern um eine Problematisierung der Anwendung und um eine Anregung zur Selbstreflexion. Zusammengefasst soll das Onlineformat zur Persönlichkeitspsychologie mit seinen sechs Videofilmen zum Fünf-Faktoren-Modell Folgendes bieten:

- Interesse für das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit wecken und damit zum eigenständigen Nachlesen ermuntern,
- Erklärung der Grundidee und der Komplexität des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit,
- Anschlussfähigkeit für weiterführende Erklärungen wichtiger Schlüsselstellen des Modells schaffen,
- Aufzeigen komplexer Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Faktoren und Facetten des Modells,
- Motivation zum Erlernen und Vertiefen durch Unterhaltungsfaktor: Die Teilnehmenden sollen auch wegen der witzigen Videofilme Lust bekommen, die Videos mehrfach anzusehen und sie auch über soziale Medien zu verbreiten.

Um das Modell bei aller Abstraktion prägnant genug zu machen und auch den Anforderungen an Rezipierbarkeit und Unterhaltungsfaktor zu entsprechen, wird das Fünf-Faktoren-Modell in den Videofilmen repräsentiert durch eine fünfköpfige fiktive Rockband: *The Big Fives*. Dieses Setting nimmt Bezug auf die Alltagswelt vieler Menschen: Fast jeder kennt und mag mindestens eine Band beziehungsweise einen Musiker oder eine Musikerin. Dabei wird mit Stereotypen zu Rockbands gespielt, um trotz der Kürze der Videofilme die Inhalte vermitteln zu können. Solche Stereotype bergen Risiken der Übervereinfachung, aber in anderer Weise wäre das Fünf-Faktoren-Modell nicht in kurzen Videofilmen abbildbar gewesen. Zudem werden Stereotype in den Videofilmen gebrochen oder in der Besprechung der Videos aufgelöst.

Jeder der 5 Musiker der Band illustriert einen der 5 Faktoren des Modells. Dies geschieht stellenweise etwas klischeehaft oder überzogen, weil es das erste Verstehen erleichtert und auch kurze Sequenzen witzig gestaltet werden können. Auch bei der optischen Animation der Musiker werden die 5 Faktoren berücksichtigt. Zugleich verdeutlichen die Interaktionen zwischen den Bandmitgliedern in unterschiedlichen Situationen die Komplexität jedes Individuums und vor allem die Folgen, wenn unterschiedliche Persönlichkeiten im Alltag aufeinandertreffen. Dabei wird auch vereinzelt die Anwendbarkeit des Modells im Sinne einer Prognosemöglichkeit von Handlungen aufgegriffen, aber stets im Zusammenhang einer wertfreien Beschreibung von Persönlichkeitseigenschaften (Faktoren). Die 5 Musiker sind überspitzt angelegt, da sie so unterhaltsamer, aber vor allen Dingen auch prägnanter sind. Zugleich weisen auf den ersten Blick sehr verschiedene Persönlichkeiten in manchen Situationen erstaunliche Ähnlichkeiten auf, was das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit weiter zu verstehen hilft. Auch wenn es in dieser zunächst ungewöhnlich erscheinenden Konstellation von Persönlichkeiten häufiger Konflikte gibt, funktioniert die Band als Team, bezogen auf das Modell also alle Elemente einer

Persönlichkeit zusammen, erstaunlich gut – auch wenn nicht jedes Bandmitglied in jeder Minute des Zusammenseins vor Freude überschäumt. Durch die Gegenüberstellung der Bandmitglieder in bestimmten Situationen wird erläutert, wie sich Persönlichkeitsstrukturen exemplarisch auswirken können. Dabei wird stets die Kernbotschaft mittransportiert, dass es nicht so einfach ist, wie es auf den ersten Blick wirken mag, die Persönlichkeit von Menschen einzuschätzen und hieraus Prognosen für deren zukünftiges Verhalten abzuleiten. Die Anwendung des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit kann dabei helfen, sich zumindest einen Überblick zu verschaffen, um bestimmte Zusammenhänge und Verhaltensweisen zu verstehen und richtig zuzuordnen und gegebenenfalls sogar zukünftiges Verhalten zu antizipieren. Zudem sind die Videofilme nur der Einstieg in das Thema, kein vollwertiger Ersatz eines mehrstündigen Präsenzformats. Dafür sind zusätzlich zu den Videosequenzen weitere Elemente wie Podcasts und Texte vorgesehen. Die Videos sollen den Ausfall der direkten Kommunikation mit den Teilnehmenden und der Teilnehmenden untereinander abfedern und Lust auf mehr machen.

3.2 The Big Fives – eine ganz normale Rockband

In den Videofilmen agieren die 5 Bandmitglieder (Abbildung 1) sowie ein Erzähler aus dem Off. Wobei die Bezeichnung *normale* Rockband von einigen der Bandmitglieder als Beleidigung aufgefasst werden dürfte. Wenn Sie die Band öffentlich als *normal* bezeichnen, könnten Sie also Ärger bekommen und das nicht nur mit Roxy (b), die für starke Extraversion steht.



Abbildung 1: The Big Fives (Urheber: Jonathan Noor). Sänger Chris (a), Bassistin Roxy (b), Rhythmus-Gitarrist Mike (c), Schlagzeuger Jeff (d), Lead-Gitarrist Sebastian (e).

Der das jeweilige Video prägende Hauptfaktor jedes Bandmitglieds ist speziell hervorgehoben, eine eingeblendete Skala verdeutlicht jeweils die Ausprägungen der zugehörigen Facetten dieses Faktors. An vielen Stellen werden sprachlich und zeichnerisch Detailspekte, siehe exemplarisch den Probenraum (Abbildung 2), eingebracht, die motivieren sollen sich mit der Band und damit mit dem Fünf-Faktoren-Modell weiter auseinander zu setzen.



Abbildung 2: Probenraum mit Band (Urheber: Jonathan Noor).

Die übrigen 4 Faktoren, neben dem jeweiligen Hauptfaktor (weiß umrandet), werden bei den Figuren weitgehend ausgeblendet (Abbildung 3). Durch diese Vereinfachung können die 5 Faktoren der Reihe nach vorgestellt werden. In Abbildung 3 finden Sie eine Übersicht der 5 Bandmitglieder und ihrer Ausprägungen auf den 5 Faktoren des Modells.

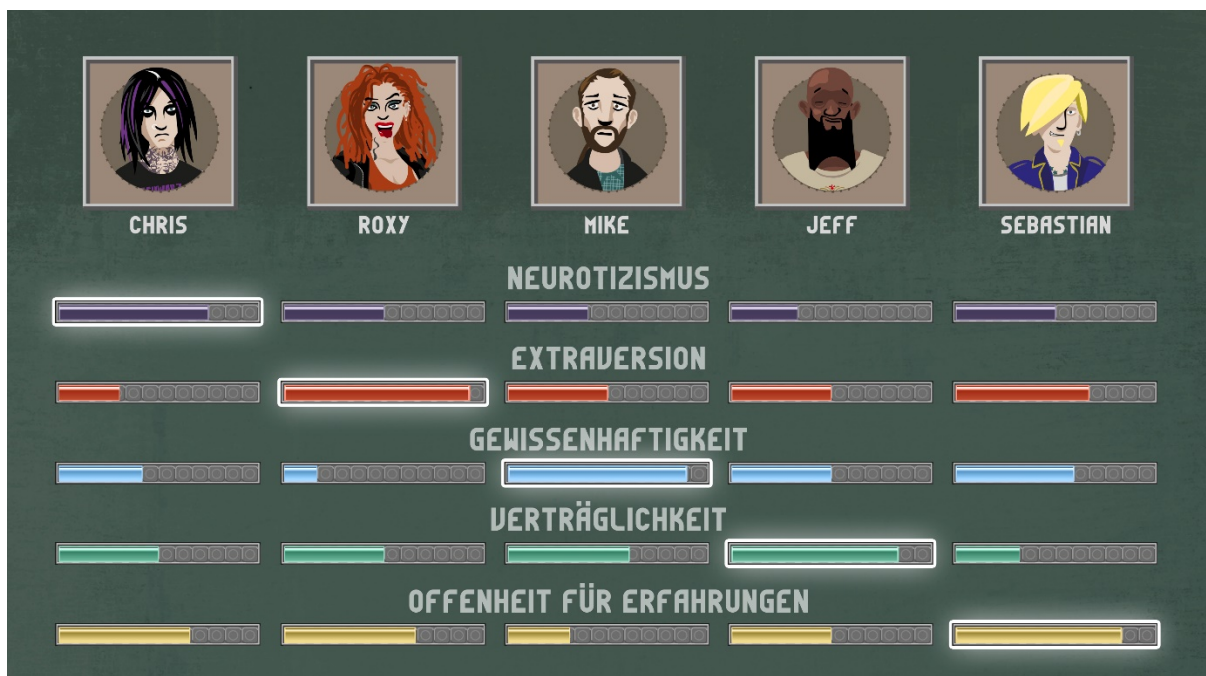


Abbildung 3: Die 5 Bandmitglieder und deren Ausprägung auf den 5 Faktoren des Modells (Urheber: Jonathan Noor).

Der Sänger Chris (a) repräsentiert den Faktor *emotionale Stabilität – emotionale Instabilität*. Die *emotionale Stabilität* ist bei Chris gering ausgeprägt. Alle übrigen 4 Faktoren des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit haben im Vergleich dazu keine extremen Ausprägungen – so fällt das Verständnis des im Fokus stehenden Faktors *emotionale Stabilität – emotionale Instabilität* leichter (Abbildung 4). Jeder der 5 Faktoren wird in einer spezifischen Farbe und mit einem spezifischen Symbol dargestellt. Die Ausprägungen der 5 Faktoren des Modells werden als Skala bei der Vorstellung des Sängers eingeblendet (Abbildung 4), im Anschluss werden die 6 Facetten des Hauptfaktors vorgestellt. Der Sänger Chris weist beim Faktor *emotionale Stabilität* vor allem bei den Facetten *Befangenheit*, *Verletzbarkeit*, *Depression* und *Impulsivität* hohe Werte auf, aber er ist nicht besonders *ängstlich* oder *reizbar*. Chris erscheint als ein feinfühlig, sensibler Mensch. Er ist eher verschlossen und nicht der Kommunikativste, dafür aber durchaus charismatisch, tiefgründig, kreativ und irgendwie interessant. Chris ist schnell beleidigt und hüllt sich fast dauerhaft in eine gewisse Melancholie. Er braucht viel Bestätigung und macht sich permanent Gedanken über seine Außenwirkung, was bei Frontmännern in Bands durchaus nachvollziehbar und wohl nicht so ganz selten ist. Der Drang nach Geltung ist so hoch, dass er in seinem Tun als Frontsänger einer Rockband aufgeht. Mit anderen Worten: Unser Sänger ist durchaus ein smarter Typ, aber auch eine exzentrische Diva.



Abbildung 4: Der Sänger Chris (Urheber: Jonathan Noor).

Die Bassistin Roxy (b) ist die Draufgängerin der Truppe. Sie repräsentiert den Faktor *Extraversion*, welcher bei ihr besonders hoch ausgeprägt ist (Abbildung 5). Speziell ihre *Geselligkeit*, ihr *Erlebnishunger* und ihre *Aktivität* sind überdurchschnittlich ausgeprägt. Sie ist immer vorne mit dabei – keine Show ohne anschließende Party. Neue Leute kennenlernen, sich in die Menge stürzen, um die Häuser ziehen – das findet sie großartig. Eine Liveshow muss krachen und sie hat auf jeden Fall die meiste Bühnenerfahrung von allen. Ihre Persönlichkeit zeigt auch Wirkung nach außen: Bei ihr stehen die Autogrammjäger Schlange, denn sie genießt das Bad in der Menge, während sich der Sänger Chris (a) und der Rhythmus-Gitarrist Mike (c) lieber zurückziehen und die Öffentlichkeitsarbeit eher als lästig empfinden. Für die Bassistin Roxy (b) ist der eigentliche Grund in einer Band zu spielen, nicht die Musik oder die Kunst, es geht um die Community und das Beisammensein. Dabei ist ihre *Verträglichkeit* nicht sehr hoch. In ihrer lauten und impulsiven Art fährt sie daher stilleren Menschen oft über den Mund oder tritt leicht in Fettnäpfchen. Auch ein Streit mit ihr eskaliert schnell mal, wenn nicht einer der bedachteren Kollegen frühzeitig einschreitet und die Wogen glättet.



Abbildung 5: Die Bassistin Roxy (Urheber: Jonathan Noor).

Der Rhythmus-Gitarrist Mike (c) steht für den Faktor *Gewissenhaftigkeit*, welcher bei ihm schon fast extreme Züge annimmt (Abbildung 6). Als Rückgrat der Band ist er absolut bodenständig. Mike scheut Neuerungen, dafür ist aufgrund seines hohen *Pflichtbewusstseins* immer Verlass auf ihn. Wenn er sagt er kümmert sich, klappt es auch. Er ist wie der Sänger Chris (a) nicht sehr *extravertiert* und zieht sich gerne in seine Gedankenwelt zurück. Auf Grund seiner hohen *Selbstdisziplin* muss sein kreativer Output manchmal hintenanstehen, aber er fühlt sich dennoch wohl, solange alles optimal und nach Plan verläuft. Am besten geht es Mike (c) nach einer gelungenen Show. Oder wenn alles seine Ordnung hat, denn er hat eine wirklich hohe *Ordnungsliebe*. Das Leben ist am schönsten, wenn der Proberaum aufgeräumt ist und alle Kabel dort hängen wo sie hingehören - nach Farbe und Länge sortiert natürlich. Dann kann sich Chris entspannen.



Abbildung 6: Der Rhythmus-Gitarrist Mike (Urheber: Jonathan Noor).

Der Schlagzeuger Jeff (d) repräsentiert den Faktor *Verträglichkeit*, der bei ihm besonders hoch ausgeprägt ist. Da die Komplexität mit der Vorstellung der einzelnen Bandmitglieder sukzessive steigt, wird neben dem Wert für *Verträglichkeit* auch der Wert für *emotionale Stabilität* beim Schlagzeuger (hoch) angedeutet (geringe Ausprägung in *Neurotizismus*). Historisch wurde beim Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit zuerst der Begriff *Neurotizismus* eingeführt, der später durch den Begriff *emotionale Instabilität* ersetzt wurde. Die übrigen drei Faktoren *Extraversion*, *Gewissenhaftigkeit* und *Offenheit für Erfahrungen* weisen bei Jeff (d) keine exponierten Werte auf. Seine Persönlichkeit macht den Schlagzeuger zum Ruhepol der Band. Jeff (d) kommt meist mit allen gut aus, kann sich leicht in fremden Situationen zurechtfinden und ist ein Freund des geringsten Widerstandes. Es kann mitunter mühsam sein, ihm eine wichtige Entscheidung zu überlassen, da Jeff (d) sehr genügsam und mit wenig Emotion an Dinge herangeht – letztlich ist er in fast jeder Situation und mit fast jedem Gegenüber zufrieden. Der Schlagzeuger ist zudem ein guter Gesprächspartner. Es ist eher schwer für Jeff (d), sich für eine Sache so richtig zu begeistern, ganz im Gegensatz zum Sänger Chris (a). Der Schlagzeuger Jeff (d) ist ein guter Teamspieler, der mitmacht, weil die anderen es gut finden, aber er ist kein Visionär und er reißt auch niemanden mit. Aber er gleicht so manche Spitze der anderen aus und ohne ihn gäbe es die Band vermutlich schon lange nicht mehr.



Abbildung 7: Der Schlagzeuger Jeff (Urheber: Jonathan Noor).

Der Lead-Gitarrist Sebastian (e) repräsentiert den Faktor *Offenheit für Erfahrungen*, welcher bei ihm sehr hoch ausgeprägt ist. Er ist eine aufgeschlossene und kreative Persönlichkeit, die immer darauf fokussiert ist, sich weiterzuentwickeln. Sebastian (e) ist eher wenig *verträglich*, jedoch sehr offen für *Fantasie* und *Handlungen*. Sebastian (e) eckt oft an, wirkt manchmal arrogant oder egoistisch, dabei geht es ihm letztlich nur darum, immer wieder neue Dinge zu erleben, auszuprobieren und auf sich wirken zu lassen. Bei durchschnittlicher *Gewissenhaftigkeit* ist sein Arbeitsverhalten stark motivationsgesteuert: ein Feingeist, der aber nicht immer Vollgas geben kann und möchte. Sebastian (e) wird zwar nicht gerne aus seinem Flow gebracht, grundsätzlich ist er aber auch Kritik und Vorschlägen gegenüber offen eingestellt. Zumindest auf kreativer Ebene kann er daher gut im Team arbeiten.



Abbildung 8: Der Lead-Gitarrist Sebastian (Urheber: Jonathan Noor).

In den Videosequenzen werden die Bandmitglieder jeweils nur anhand der Faktoren- und Facettenwerte vorgestellt – diese Werte werden anhand von Skalen kurz eingeblendet, in den Abbildungen 3 bis 8 wurden nur die Faktoren dargestellt. Eine Charakterisierung der Bandmitglieder in Form einer verbalen Beschreibung müssen die Teilnehmenden sich selbst überlegen, was bereits die erste konkrete Anwendung des Fünf-Faktoren-Modells initiiert. Der angestrebte Lerneffekt resultiert bei den Videofilmen vor allem daraus, dass die Bandmitglieder bestimmte Verhaltensweisen zeigen und miteinander interagieren. Dies ermöglicht eine vergleichsweise lebensnahe Analyse und Einschätzung von Verhalten mittels des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit. Dabei wird auch die Möglichkeit eingeschlossen, zwischen Verhalten, das persönlichkeitsbedingt ist, und Verhalten, das situationsbedingt ist, unterscheiden zu lernen. Gerade wenn man ein Persönlichkeitsmodell wie das Fünf-Faktoren-Modell kennenlernt, neigen manche Menschen dazu, das Modell zu überdehnen und jegliches Verhalten einer Person deren Persönlichkeit zuzuordnen. Ferner können Wechselwirkungen verschiedener Persönlichkeiten quasi unmittelbar erlebt werden, etwa, wie reagiert ein *emotional instabiler* Mensch auf einen sehr *verträglichen* und *emotional sehr stabilen* Menschen und umgekehrt. Nicht zuletzt eröffnen die Handlungsszenen die Möglichkeit, einzelne Faktoren oder Facetten einer Person zu variieren, um dann Annahmen darüber zu formulieren, wie sich die gesamte Interaktion dadurch verändern würde. All dies macht die Komplexität und zugleich die Grenzen des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit fassbar und erlebbar, ohne dass die Teilnehmenden dabei auf eine unmittelbare Interaktion wie in einem Präsenzformat zwingend angewiesen wären.

3.3 Kostprobe zu Interaktionen

Da die Videofilme Verhalten und Interaktionen zeigen, können die Teilnehmenden anhand der filmischen Sequenzen Hypothesen darüber bilden, wie sich die Persönlichkeit einer Figur auf deren Verhalten auswirkt, welche Wechselwirkungen mit welchen Personen beziehungsweise deren Persönlichkeit sich ergeben und wie sich das auf Interaktionen auswirken könnte.

Hier ein kurzes Beispiel für die Interaktion innerhalb der Rockband: Der Sänger Chris (a) fühlt sich schnell angegriffen und ist nicht sonderlich kritikfähig. Chris (a) braucht häufig Zuspruch und Kritik der anderen an ihm muss immer außerordentlich diplomatisch und ganz vorsichtig formuliert werden. Konflikte mit dem Sänger Chris (a) glättet meist der Schlagzeuger Jeff (d). Der Schlagzeuger kann zwar meist nicht inhaltlich nachvollziehen, was den Sänger umtreibt, weil er selbst emotional deutlich *stabiler* ist als der Sänger. Aber auf Grund des hohen *Verträglichkeitswertes* kann sich der Schlagzeuger ohne großen Energieaufwand auf den Sänger einstellen. In den Videofilmen werden nur kurze Storylines erzählt, aus denen die Teilnehmenden begründet auf Persönlichkeitsmerkmale (Faktoren und Facetten) schließen müssen und zwischen situationsbedingten und persönlichkeitsbedingten Anteilen differenzieren sollen.

Hier eine Kostprobe: Der Sänger Chris (a) hat in tagelanger Arbeit einen neuen Song geschrieben und stellt das Ergebnis der Band vor – und natürlich erwartet er nichts außer frenetischem Applaus. Der Sänger ist etwas melancholisch und romantisch angelegt, so dass er einen Song über verliebte Vampire geschrieben hat. Die Band ist nicht begeistert, das Thema ist ja auch etwas abgedroschen, dennoch ist der Sänger sehr stolz und hat komplexe Hintergedanken zu seinem Song entwickelt. Die Animation und Sprache in den Videofilmen unterstreichen dabei die Plastizität der fünf Bandmitglieder, wie die wörtlichen Reaktionen der Bandmitglieder im Dialog beispielhaft zeigen:

- Lead-Gitarrist Sebastian (e): „Vampire? Mega kitschig, sorry“-
- Sänger Chris (a): „Was ist an Vampiren bitte kitschig?“-
- Bassistin Roxy (b): „Äh, alles?“-
- Lead-Gitarrist Sebastian (e): „Fehlen nur noch Werwölfe... Das Jahr 2008 hat angerufen, sie kaufen dein Drehbuch!“

Es folgt ein Szenario, in dem alle etwas *verträglicher* sind als in diesem ersten Durchgang. Die anderen Bandmitglieder mildern ihr jeweiliges Feedback zum Song so ab, dass der Entwurf des Sängers Chris (a) gewürdigt wird, dieser aber nicht mehr auf dessen Umsetzung besteht. Die Bassistin Roxy (b) schlägt vor, Vampire gegen Zombies zu tauschen. Der Rhythmus-Gitarrist Mike (c) konstatiert etwas ungeschickt, dass Songtexte ja eh keiner liest, der Lead-Gitarrist Sebastian (e) wiederum schlägt ein passendes musikalisches Arrangement zur Geschichte vor. Der ohnehin verträgliche Schlagzeuger Jeff (d) versucht es auf seine Art: „Ich find’s cool. Vampire gehen klar, oder Zombies, egal!“ Damit versucht der Schlagzeuger die ursprüngliche Kritik der Bassistin Roxy (b) und des Lead-Gitarristen Sebastian (e) zu glätten, obwohl er selbst den Song auch nicht gut findet. Sagen würde er das aber nie, weil er weiß, wie sehr das den Sänger Chris (a) treffen würde.

Zu jedem der 5 Musiker lassen sich anhand solcher kurzen Videosequenzen Hypothesen zu Faktoren und Facetten bilden, die von den Teilnehmenden jeweils argumentativ begründet werden müssen (Abbildung 9, Roxy (b) im Flow, Skala unten rot: maximale Extraversion).

Zudem kann man aus der Interaktion zwischen den Bandmitgliedern die Reaktion auf andere Persönlichkeiten ableiten. Dadurch lernen die Teilnehmenden gleichzeitig, modellhaft mit den Bandmitgliedern zu denken und eigene Ideen zu deren spezifischen Verhaltensweisen zu entwickeln. Diese Hypothesen der Teilnehmenden werden in Online-Kleingruppen und anschließend im Online-Plenum vorgestellt und diskutiert. Dabei bieten sich vielfältige Möglichkeiten, die analysierten Bandmitglieder nur in einzelnen Facetten zu variieren, um dann die möglichen Auswirkungen auf das Verhalten und die Interaktion mit anderen aufzuzeigen. Auch dies kann online in Kleingruppen oder im Plenum geschehen und festgehalten werden und die für den

Online-Austausch eher schwierige Selbstanalyse mit dem Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit ersetzen. Denn dadurch, dass im Onlineformat informelle Gesprächsteile entfallen, ist die Selbstanalyse für die Teilnehmenden eine deutlich größere Herausforderung als im Präsenzformat. Durch die Plastizität und gleichzeitige Modifizierbarkeit der Bandmitglieder in den Videofilmen wird das Fehlen der Unmittelbarkeit anderer Menschen wie bei einem klassischen Präsenzformat ausgeglichen. Von der Analyse und Variation der Bandmitglieder aus ist es für die Teilnehmenden nur noch ein kleiner Schritt, das Modell auch auf andere Anwendungsmöglichkeiten zu transferieren, etwa um das Verhalten von Führungspersonen, Mitarbeitenden, Kunden oder Klientinnen einschätzen zu können. Durch die Plastizität der Beispielcharaktere lernen die Teilnehmenden zudem, Persönlichkeiten und Situationen zu einander in Bezug zu setzen und dementsprechend mit der Komplexität des Modells und gleichzeitig mit seiner Begrenztheit zu arbeiten. Mit Stereotypen wird gespielt und abschließend werden die Stereotypen aufgelöst und die Abhängigkeit der eigenen Bewertung von solchen Stereotypen verdeutlicht. Damit sind die Lehrvideos anschlussfähig zu einer Vermittlung von Mustern und Fehlern in der Personenwahrnehmung.



Abbildung 9: Die Bassistin in Aktion – Extraversion (Urheber: Jonathan Noor).

Die komplette Geschichte der sechs Lehrfilme ist zu umfangreich, um sie an dieser Stelle in Gänze darzustellen. Auch die vollständige Beschreibung aller Bandmitglieder inklusive ihrer Faktorenausprägungen und den dazugehörigen Facetten würde zu weit führen. Die Skizzierung der Idee und der Bandmitglieder verdeutlicht, dass Onlineformat nicht notwendigerweise heißt, dass man übervereinfachen muss. Im Gegenteil, man kann die Möglichkeiten eines Onlineformats nutzen, um komplexe Inhalte und Transfer besser zu vermitteln und zu üben, etwa, weil Videosequenzen beliebig oft wiederholbar sind und damit den individuellen Lerngeschwindigkeiten angepasst werden können. Hier kommt der Unterhaltsamkeit der Lehrfilme eine besondere Bedeutung zu: Die Wiederholung profitiert vom sogenannten Replay-Value-Effekt, einem Effekt, der primär in kommerziellen Videoprodukten ohne Informationsanspruch genutzt wird, um die Klickzahlen in die Höhe zu treiben. Kleinigkeiten, die sich erst beim erneuten Betrachten offenbaren, erhöhen die Bereitschaft zur Wiederholung der Lerninhalte – gleichzeitig bieten sie vielfach einen lockeren Einstieg in den Austausch mit anderen Teilnehmenden. Auch weil eine Variation der Anwendung, hier etwa von Facetten, einfacher und gleichzeitig plastischer wirkt als in einem Präsenzvortrag per PowerPoint, entsteht eine andere Art der Zuwendung zum

Medium. Das bedeutet gleichzeitig eine Motivierung der Teilnehmenden, was die verkürzten Aufmerksamkeitsspannen bei Onlineformaten aufzufangen hilft. Zwar kann man die für ein Präsenzformat sehr hilfreiche Unmittelbarkeit des Kontaktes der Teilnehmenden untereinander und zum Lehrenden in einem Onlineformat nicht verlustfrei ersetzen. Der mittelbare Austausch, etwa in Chats und Foren reduziert den informellen Kontakt erheblich. Dennoch gibt es Möglichkeiten, auch solche Aspekte didaktisch zumindest aufzufangen, indem Elemente des Onlineformats möglichst plastisch und lebensnah gestaltet werden, oder auch dadurch, dass sie, wie eine Band, aktuelle Bezüge zur Lebenswelt der Teilnehmenden aufweisen.

4 Diskussion

Die eingangs formulierten Ziele des Onlineformats zum Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit werden folgendermaßen erreicht:

- Der Einstiegsfilm mit einer Einführung, in Kombination mit den Interaktionen der Bandmitglieder und ergänzenden Austauschmöglichkeiten sowie schriftlichen Materialien, bieten einen umfassenden Einstieg in das Modell. Zu Beginn wird durch die Videofilme Interesse geweckt, um so die Bereitschaft zum Durcharbeiten der Begleittexte zu erhöhen.
- Die Variationsmöglichkeit von Faktoren und Facetten der einzelnen fiktiven Personen sowie die Diskussion von Handlungen aus den Videofilmen im Plenum oder in Kleingruppen gewährleistet die weiterführende Erklärung wichtiger Schlüsselstellen.
- Ebenso dienen diese Variationsmöglichkeiten sowie die angeleitete Reflexion zur Frage nach Situation oder Persönlichkeit als Ursache des Verhaltens dem Aufzeigen der komplexen Zusammenhänge zwischen Person und Situation. Es ist eben nicht so einfach wie man beim ersten Blick auf das Modell vermuten mag.
- Figuren und Dialoge sind witzig und plastisch gestaltet, was Teilnehmende zum Erlernen und Vertiefen der komplexen Inhalte motiviert. Dabei kann aufgrund der Kürze der Videofilme nicht auf Stereotype verzichtet werden. Die Stereotypen und deren Wirkungen werden nach und nach im Seminar aufgelöst.
- Die fiktiven Figuren sowie die Veranschaulichung und Variation von Faktoren und Facetten anhand von Skalen ist abstrakter als die Anwendung des Modells auf konkrete, bekannte Personen und fördert so den Transfer und die zuverlässige Anwendung des Modells.

Der hier kurz angerissene Mix aus animierten Videofilmen, Selbstlernsequenzen, Kleingruppenarbeit und Austausch im Onlineplenum will nicht als vollständiger Ersatz für Präsenzformate verstanden werden. Ein solcher Mix kann jedoch eine Alternative sein, wie komplexe Inhalte online erfolgreich vermittelt werden können. Wichtig ist letztlich, sich bei der Planung von Onlineformaten ebenso wie bei Präsenzformaten zu fragen, was genau man vermitteln will und wie Teilnehmende es bei der gewählten Vermittlungsform gut erfassen können. Der Nutzen von gut überlegten, konzipierten und umgesetzten Onlineformaten liegt schließlich auf beiden Seiten – auf Seiten der Teilnehmenden und auf Seiten der Lehrenden. Also lohnt es sich, Energie in den Transfer von Inhalten in Onlineformate zu investieren. Allerdings kostet es Zeit und Geld, einen solchen Ansatz umzusetzen. Wir danken der Abteilung Betriebswirtschaft der Hochschule Hannover für die finanzielle Förderung des Projekts.

5 Literatur

- Borkenau, P./Ostendorf, F. (2008). *NEO-FFI. NEO-Fünf-Faktoren-Inventar nach Costa und McCrae – Manual* (2. Auflage). Göttingen: Hogrefe.
- Bröckermann, R./Müller-Vorbrüggen, M. (2010) (Hrsg.). *Handbuch Personalentwicklung* (3. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Buchner, J./Freisleben-Teutscher, C.F./Haag, J. & E. Rauscher, E. (2018) (Hrsg.). *Inverted Classroom. Vielfältiges lernen. Begleitband zur 7. Konferenz Inverted Classroom and Beyond*. Brunn am Gebirge: Ikon Verlag.
- Csanyi, G./Reichl, F./Steiner, A. (2012) (Hrsg.). *Digitale Medien – Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre*. Münster: Waxmann.
- Knaus, T./Valentin, K. (2016). Video-Tutorials in der Hochschullehre – Hürden, Widerstände und Potentiale (S. 61-79). In: T. Knaus/O. Engel (Hrsg.): *Wi(e)derstände. Digitaler Wandel in Bildungseinrichtungen*. München: kopaed.
- Lippe-Heinrich, A. (2019). *Personalentwicklung in der digitalisierten Arbeitswelt*. Wiesbaden: SpringerGabler.
- Litzcke, S./Heber, F. (2017). Persönlichkeit und Führung – Das 5-Faktoren-Modell der Persönlichkeit (S. 61-97). In: K. Häring/S. Litzcke (Hrsg.): *Führungskompetenzen lernen. Eignung, Entwicklung, Aufstieg* (2. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Lord, W. (2007). *Das NEO-Persönlichkeitsinventar in der berufsbezogenen Anwendung. Interpretation und Feedback*. Göttingen: Hogrefe.
- Löviscach, J. (2013.: Weniger erzählen, mehr lehren – Vorlesungen in Zeiten von YouTube. *Forschung & Lehre*, (5), S. 382–383.
- Mertens, C./Schumacher, F./Böhm-Kasper, O./Basten, M. (2019). "To flip or not to flip?". Empirische Ergebnisse zu den Vor- und Nachteilen des Einsatzes von Inverted-Classroom-Konzepten in der Lehre (S. 13-28). In: T. Schmohl/K.-A. To (Hrsg.): *Hochschullehre als reflektierte Praxis. Fachdidaktische Fallbeispiele mit Transferpotenzial* (2. Auflage). Bielefeld: wbv.
- Neyer, F.J./Asendorpf, J.B. (2018). *Psychologie der Persönlichkeit* (6. Auflage). Berlin: Springer.
- Ostendorf, F./Angleitner, A. (2004). *NEO-PI-R. NEO-Persönlichkeitsinventar nach Costa und McCrae* (Revidierte Fassung). Göttingen: Hogrefe.
- Seibold, S., Linssen, R., Flügel, S. & Noor, J. (im Druck). Onlinelehre neu gedacht, wie man komplexe Inhalte in Form bringt. *Die Neue Hochschule*, 6/2020.
- Speidel, V. (2019). *Zukünftige Ausrichtung der Personalentwicklung* (DGFP-Praxispapiere). Frankfurt: Deutsche Gesellschaft für Personalführung. Verfügbar unter: https://www.dgfp.de/fileadmin/user_upload/DGFP_e.V/Medien/Publicationen/Praxispapiere/201901_Praxispapier_Zukunft.pdf, abgerufen am 29. September 2020.
- van Alten, D./Phielix, C./Janssen, J./Kester, L. (2019). Effects of Flipping the Classroom on Learning Outcomes and Satisfaction: A Meta-Analysis. *Educational Research Review*, 28. Abrufbar unter <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2019.05.003> (Abgerufen am 04.07.2020).
- Wolf, K. D. (2015). Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube – Audiovisuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungsfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education? *medien + erziehung*, 59 (1), S. 30–36.